

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання контрольних робіт з дисципліни
«Інфраструктура товарного ринку»
для студентів центру заочного навчання спеціальності 075 — «Маркетинг»

Харків
НТУ «ХПІ»
2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання контрольних робіт з дисципліни
«Інфраструктура товарного ринку»
для студентів центру заочного навчання спеціальності 075 — «Маркетинг»

Затверджено
редакційно-видавничою
радою університету,
протокол №_2 від _17.05.2019 р.

Харків
НТУ «ХПІ»
2019

Методичні вказівки до виконання контрольних робіт з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для студентів центру заочного навчання спеціальності 075 — «Маркетинг» / уклад. Усов М. А., Гаврись О. О. — Харків: НТУ «ХП», 2019. — 35 с.

Укладачі: М. А. Усов
О. О. Гаврись

Рецензент: А. І. Яковлєв

Кафедра економіки і маркетингу

ВСТУП

Мета дисципліни – озброїти студентів теорією розвитку інфраструктури товарного ринку як найважливішої частини ринкової економіки, сформувати практичні вміння управляти її діяльністю із забезпечення потреб споживачів, а також розвинути здатність знаходити та реалізувати рішення щодо інтенсифікації й підвищення ефективності цієї сфери. Дисципліна належить до базових у циклі професійно орієнтованих дисциплін.

Предмет навчальної дисципліни – інфраструктура ринку товарів і послуг, тобто організаційні, матеріальні та технічні засоби, за допомогою яких товари просуваються від місця безпосереднього виготовлення до місця реалізації, накопичуються, зберігаються і продаються; а також структура товарного просування, матеріально-технічна база оптової торгівлі, робота підприємств з виготовлення торгово-технологічного обладнання, засоби і органи обліку товаропросування, система торговельних та післяпродажних послуг.

Зміст навчальної дисципліни розкривається в таких тематичних комплексах:

1. Інфраструктура товарного ринку – сутність інфраструктури, склад її елементів, їх функції, маркетингова діяльність та окремі напрями інфраструктури товарообігу.

2. Маркетингові посередники – планування та організація посередницьких підприємств, а також усієї сукупності економічних відносин, які виникають між продавцем і покупцем у сфері товарного обігу внаслідок вільної купівлі – продажу товарів з метою їх переробки.

Завдання дисципліни:

- дати належні знання з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку як найважливішої частини ринкової економіки, інтенсифікації і підвищення ефективності цієї сфери;
- формування у студентів загального уявлення щодо практики управління

її діяльністю з просування, зберігання та продажу товарів та послуг, забезпечення потреб споживачів;

- вироблення вмінь і формування навичок виробу типів посередників, та вивчення сутності торговельно-посередницької діяльності;

- формування знань щодо сутності виробничої діяльності у сфері обігу та сутності і призначення інформаційної та організаційно-комерційної діяльності.

1 НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»

Тема 1. Інфраструктура товарного ринку і проблеми її розвитку

Інфраструктура товарного ринку як складова частина ринкової економіки. Категоріальний апарат дисципліни. Основні функції дисципліни: пізнавальна, методологічна, практична та функція прогнозування. Головна мета, метод та завдання дисципліни. Сутність, роль та місце інфраструктури товарного ринку в економіці. Особливості діяльності суб'єктів інфраструктури товарного ринку. Головні елементи ринкової інфраструктури. Елементний склад інфраструктури товарного ринку. Взаємозв'язок та взаємозалежність між елементами інфраструктури і ринковими процесами. Функції інфраструктури товарного ринку.

Тема 2. Принципи та особливості діяльності посередників на товарному ринку

Принципи та особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку. Класифікація посередників. Показники оцінювання стану та розвитку інфраструктури товарного ринку

Поняття та економічний зміст ринку. Ринок як форма господарських зв'язків та економічна категорія. Основні характеристики, параметри ринку. Економічні функції ринку: узгоджувальна, регулююча, функція оцінювання, стимулююча та ощадна. Організаційно-економічні та соціальні передумови функціонування товарного ринку. Класифікаційні ознаки і види ринків. Сутність та особливості товарного ринку. Форми і методи державного регулювання товарного ринку. Види ринкових процесів на товарному ринку.

Тема 3. Підприємства оптової торгівлі

Сутність і місце оптової торгівлі в ринкових процесах. Основні завдання оптової торгівлі. Суб'єкти оптової торгівлі. Функції оптової торгівлі. Форми оптової торгівлі. Основні види оптової торгівлі та їх характеристика. Макроекономічні показники оптової торгівлі.

Класифікаційні ознаки, види та організаційно-правові форми оптових тор-

говельних підприємств. Загальна характеристика діяльності підприємств оптової торгівлі. Організація оптової закупівлі товарів. Цілі закупівельної діяльності. Перелік основних груп операцій комерційної діяльності з оптової закупівлі. Критерії вибору постачальників. Оптовий продаж товарів на підприємстві оптової торгівлі. Перелік основних груп операцій комерційної діяльності з оптового продажу товарів. Методи продажу товарів.

Тема 4. Послуги підприємства оптової торгівлі

Послуги підприємств оптової торгівлі. Класифікація послуг за виконуваними функціями: комерційні, інформаційно-консультативні, фінансово-розрахункові та кредитні, орендні та прокатні, виробничо-технологічні, транспортно-експедиторські.

Показники діяльності підприємств оптової торгівлі. Методи визначення цих показників.

Тема 5. Підприємства роздрібно́ї торгівлі

Сутність та ознаки роздрібно́ї торгівлі. Класифікаційні ознаки форм роздрібно́ї торгівлі: за місцем виконання, за методами обслуговування, за правом власності на товар, що продається, за формою розрахунків. Функції роздрібно́ї торгівлі. Типові послуги, що надаються підприємствами роздрібно́ї торгівлі. Організація роздрібно́ї торгівлі. Класифікація магазинів роздрібно́ї торгівлі. Організаційно-правові форми магазинів роздрібно́ї торгівлі. Типи організаційних структур підприємств роздрібно́ї торгівлі. Маркетингові рішення роздрібно́ї торгівлі. Стратегічна модель управління ресурсами підприємства роздрібно́ї торгівлі. Характеристика маркетингового комплексу підприємства роздрібно́ї торгівлі. Нормативно-правові акти, що регламентують діяльність суб'єктів роздрібно́ї торгівлі.

Тема 6. Товарні біржі у торгово-посередницькій діяльності. Брокерська діяльність на товарних біржах

Історія розвитку бірж та їх еволюція в системі ринкових відносин. Сутність біржової торгівлі та її роль у ринковій економіці. Функції товарних бірж. Види товарних бірж та правові засади діяльності бірж в Україні. Організаційна струк-

тура товарної біржі. Організація і технологія біржової торгівлі. Торгова сесія. Етапи процесу біржової торгівлі. Біржові товари та їх класифікація. Особливості біржових угод на товарній біржі. Брокерська діяльність на товарній біржі. Біржова інформаційна діяльність: її види, класифікація, методи оцінки (індекси і рейтинги).

Тема 7. Торгово-промислова палата в комерційній діяльності

Торгово-промислова палата України. Члени Торгово-промислової палати України. Права Членів Торгово-промислової палати. Головне завдання Палати. Обов'язки членів Палати. Функції Торгово-промислової палати. Уповноваження Торгово-промислової палати України та регіональної палати. Нормативно-правова база Торгово-промислової палати. Договірні зв'язки Торгово-промислової палати України. Як стати членом Палати. Припинення членства в Палаті.

Тема 8. Лізингові операції у торгово-посередницькій діяльності

Сутність лізингу та його роль в системі ринкових відносин. Суб'єкт, об'єкт та предмет лізингової діяльності. Класифікація видів та форм лізингу. Основні відмінності фінансового та оперативного лізингу. Організація здійснення лізингових угод. Схема потоків документів під час здійснення лізингової угоди. Нормативно-правові акти, що регламентують діяльність суб'єктів лізингу. Лізингові платежі та їх класифікація. Розрахунок величини лізингового платежу.

Тема 9. Персональний продаж товарів та послуг

Сутність персонального продажу. Форми продажу. Форми персонального продажу. Управління персональним продажем. Послідовність етапів організації персонального продажу. Послідовність операцій процесу персонального продажу: пошук та оцінювання покупця, підготовка до контакту, контакт, презентація та демонстрація, усунення заперечень, укладання угоди, супровід угоди. Способи усунення заперечень. Торговельні представники та вимоги до них. Нові форми продажу товарів і послуг. Поняття та переваги мережевого (багаторівневого) маркетингу.

2 ВИМОГИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

На початку вивчення дисципліни студент повинен:

- ознайомитись з програмою дисципліни;
- підібрати літературу;
- вивчити програмний матеріал за літературою, запропонованою викладачем;
- скласти конспект, у якому повинні бути основні положення вивчених тем.

Після вивчення теоретичного матеріалу дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» треба виконати контрольну роботу, яка містить три теоретичні питання та тестовий блок.

Контрольна робота виконується на листах формату А4 або в шкільному зошиті, на обкладинці якої студент указує ПІБ, варіант (остання цифра у заліковій книжці), номер групи, назву предмету.

Контрольна робота повинна бути написана грамотно, розбірливо, без скорочення слів, з полями для зауважень рецензента.

Приступаючи до виконання контрольної роботи, студент повинен написати питання, виконати тести, вказати їх номер. Відповіді на питання повинні бути конкретними і цілком розкривати сутність питань.

Цитати, якщо вони наводяться в роботі, необхідно писати дослівно, брати в лапки і вказувати джерело (ПІБ автора, найменування добутку, місце і рік видання, сторінка).

Наприкінці роботи вказується перелік використаної літератури, ставиться дата виконання роботи і особистий підпис.

Студент, що одержав контрольну роботу після перевірки, повинен уважно ознайомитися з рецензією викладача і доробити окремі питання відповідно до зауважень і рекомендацій викладача.

Дана контрольна робота виконується студентом повторно з урахуванням рекомендацій і здається викладачу разом з первинним варіантом.

3 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Контрольна робота для студентів заочної форми навчання виконується в міжсесійний період шляхом засвоєння навчального матеріалу як самостійно, так і під керівництвом викладача.

Якість контрольної роботи оцінюється насамперед по тому, наскільки правильно й самостійно було дано відповіді на поставлені питання, оцінюється ступінь використання літератури і практичного матеріалу.

Запис умови завдань, передбачених варіантом, є обов'язковим. Контрольна робота повинна мати самостійний характер. Недопустимо запозичення тексту, фактичних даних із літературних джерел без посилання на них. Механічне запозичення не сприяє глибокому, осмисленому і творчому вивченню та усвідомленню програмного матеріалу. Тому контрольні роботи, написані без врахування цих вимог, викладачем перевірятися не будуть. Система оцінювання запропонована в таблиці 1.

Таблиця 1 – Система оцінювання

Сума балів за 100-бальною шкалою	Оцінка за розширеною шкалою	За шкалою ECTS	Критерії оцінювання контрольної роботи
90-100	Відмінно	A	Студент виявив всебічне і глибоке знання програмного матеріалу; вміння вільно виконувати завдання, передбачені програмою; уміння аналізувати вища, що вивчалися, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; уміння чітко, лаконічно, логічно, послідовно відповідати на поставлені запитання; засвоїв основну і ознайомився з додатковою літературою; розуміє взаємозв'язок головних понять дисципліни та їх значення для майбутньої професії; виявив особливі творчі здібності; використовує набуті знання і вміння в нестандартних ситуаціях; переконливо аргументує відповіді; самостійно розвиває власні обдарування і нахили.
82-89	Дуже добре	B	Студент виявив всебічне знання програмного матеріалу; вільно застосовує його на практиці; вміння вільно виконувати завдання, передбачені програмою;

			засвоїв основну та частково додаткову літературу, рекомендовану програмою. Студент вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна.
75-81	Добре	C	Студент виявив уміння зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію; у цілому самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, серед яких є суттєві; добирати аргументи для підтвердження думок.
64-74	Задовільно	D	Студент виявив знання основного програмного матеріалу, виявив знання і розуміння основних положень в обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої роботи за професією; вмів виконувати завдання, передбачені програмою; ознайомлений з основною літературою. Допустив суттєві помилки у відповідях контрольної роботи та під час виконання практичних завдань, але володіє необхідними знаннями для їх усунення за допомогою викладача.
60-63	Достатньо	Є	Студент виявив знання програмного матеріалу на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворив на репродуктивному рівні. Відповіді на питання роботи неточні або малоаргументовані, з порушенням послідовності викладення. під час розв'язування практичних задач студент виявив низький рівень застосування теоретичних положень.
35-59	Незадовільно з можливістю повторного написання	FX	Студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів, що становлять незначну частину навчального матеріалу; володіє незначною частиною термінологічного мінімуму; його словниковий запас в основному дає змогу викласти думку. Студент допустив істотні помилки у відповідях на запитання контрольної роботи; виявив невміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач.
1-34	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням залікового кредиту	F	Студент володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів. Допустив істотні помилки у відповідях на запитання контрольної роботи; виявив невміння орієнтуватися під час розв'язування практичних задач, незнання основних фундаментальних положень.

4 ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ТА ТЕСТИ ДО КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ «ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»

ВАРІАНТ №1

1. Класифікація інфраструктури ринку.
2. Основні функції ІТР.
3. Значення оптової торгівлі для виробників.

Тести.

1. За економічним призначенням об'єктів ринкових стосунків ринки класифікують як:

- а) споживчий ринок, ринок капіталів, ринок робочої сили;
- б) легальний ринок, тіньовий ринок;
- в) місцевий ринок, національний ринок.

2. Який елемент не відноситься до інфраструктури товарного ринку?

- а) рекламні агентства;
- б) ювелірний завод;
- в) товарні біржі;
- г) пенсійний фонд.

3. Найчастіше в маркетингу використовують таке визначення категорії «ринок»:

- а) магазин, де продаються товари;
- б) будь-яке місце, де покупець може придбати товар;
- в) специфічний асортимент товарів, виставлених для продажу;
- г) група компаній, яка має в розпорядженні продукцію для продажу;
- д) люди, що мають бажання і можливість придбати певний товар.

4. Продукт – це товар, послуга, ідея, які отримуються в обмін на:

- а) ідею;
- б) подяку;
- в) гроші (або інші одиниці цінності);

- г) послугу.
5. Як називається ринок, на якому усього один продавець?
- а) ринок продавця;
 - б) ринок чистої монополії;
 - в) ринок покупця;
 - г) ринок чистої конкуренції;
 - д) ринок олігополії.
6. Інструмент ринку товарів і послуг:
- а) біржа праці;
 - б) товарна біржа;
 - в) фондова біржа;
 - г) валютна біржа.
7. До якої класифікаційної групи товарів виробничого призначення слід віднести комп'ютер:
- а) матеріали;
 - б) капітальне майно;
 - в) ділові послуги;
 - г) відповіді 1 і 3 є правильними.
8. Необхідно вилучити принцип, за яким не можуть бути класифіковані ринки:
- а) за характером взаємин між продавцем та покупцем;
 - б) за характером об'єкта товарного обміну;
 - в) за методом та об'єктами товарного обміну;
 - г) за методами визначення витрат виробництва
9. Організаційно-технічні елементи ринкової інфраструктури не включають:
- а) товарні біржі;
 - б) лізингові компанії;
 - в) виставки;
 - г) банки;

д) немає правильної відповіді.

10. Переваги товарного ринку:

- а) забезпечення інтересів виробників і споживачів;
- б) зацікавлення виробників в задоволення потреб;
- в) перешкоджає монополії у виробництві і зверненні товарів;
- г) звільняє економіку від товарного дефіциту;
- д) усі відповіді правильні.

ВАРІАНТ №2

1. Види оптової торгівлі.

2. Класифікація підприємств оптової торгівлі.

3. Обґрунтуйте, яким чином митне регулювання дозволяє захистити внутрішній ринок і вітчизняного виробника.

Тести

1. Аудиторська діяльність – це:

- а) діяльність спеціалізованих організацій, спрямована на встановлення даних бухгалтерського обліку;
- б) підприємницька діяльність аудиторів зі здійснення незалежних перевірок бухгалтерської звітності;
- в) діяльність контролюючих служб з перевірки бухгалтерського обліку і звітності.

2. Основною метою аудиторської діяльності є:

- а) вивчення результатів господарської діяльності та вироблення пропозицій щодо їх поліпшення;
- б) складання бухгалтерської звітності, розрахунків з податків;
- в) вираження думки про достовірність фінансової (бухгалтерської) звітності та відповідності порядку ведення бухгалтерського обліку законодавству України.

3. Обов'язковий аудит – це:

а) аудиторська перевірка за рішенням керівництва об'єкта аудиту;
б) щорічна обов'язкова аудиторська перевірка ведення бухгалтерського обліку та фінансової звітності, що проводиться у випадках, встановлених законодавством України;

в) аудит за рішенням місцевих органів влади.

4. Ініціативний аудит – це:

- а) аудит, проведений за ініціативою державного органу;
- б) аудит, проведений за ініціативою економічного суб'єкта;
- в) аудит, що проводиться з ініціативи аудитора.

5. Обов'язковий аудит може проводитися:

- а) аудиторами, що мають кваліфікаційний атестат аудитора;
- б) аудиторами-підприємцями без утворення юридичної особи;
- в) аудиторськими організаціями.

6. Якою діяльністю, крім проведення перевірок, можуть займатися аудиторські фірми:

- а) надавати послуги з постановки, відновлення та ведення бухгалтерського обліку;
- б) надавати послуги з аналізу господарсько-фінансової діяльності та консультування в питаннях законодавства України;
- в) надавати перераховані вище послуги, а також проводити навчання.

7. Яким документом в даний час визначено правові основи аудиторської діяльності:

- а) Законом України «Про бухгалтерський облік»;
- б) Законом України «Про аудиторську діяльність»;
- в) тимчасовими правилами аудиторської діяльності в Україні.

8. У яких випадках анулюється кваліфікаційний атестат аудитора:

- а) встановлений факт відмови в аудиторській перевірці;
- б) встановлений факт роботи аудитора без внутрішніх аудиторських стандартів;
- в) встановлений факт підписання аудитором аудиторського висновку без

проведення аудиторської перевірки.

9. Стандарти аудиторської діяльності носять:

- а) обов'язковий характер;
- б) рекомендаційний характер;
- в) застосовуються на розсуд керівництва фірми.

10. Яка правова форма договору на проведення обов'язкової аудиторської перевірки:

- а) договір підряду;
- б) договір відшкодувального надання послуг;
- в) договір на виконання науково-дослідних робіт.

ВАРІАНТ №3

1. Обґрунтуйте, які переваги для виробників створює оптова торгівля.

2. Обґрунтуйте, які вигоди для роздрібної торгівлі надає оптовий посередник.

3. Охарактеризуйте форми функціонування торгових домів.

Тести

1. Головна причина існування оптової торгівлі, як проміжної ланки між виробником і торговельною точкою, полягає в тому, що вона:

- а) збільшує ефективність розподілу продуктів;
- б) сприяє зростанню продажів фірми-виробника;
- в) сприяє зростанню продажів роздрібних торговців;
- г) бере на себе відповідальність за транспортування вантажів від виробника до роздрібного торговця.

2. Які процеси виконуються у рамках функції товарообігу:

- а) перевезення товарів;
- б) складування;
- в) виробництво продукції;
- г) здійснення угод;

д) підбір товарного асортименту.

3. До якого виду підприємства можна віднести гастроном:

а) підприємство роздрібно́ї торгівлі з самообслуговуванням і широким асортиментом товарів;

б) підприємство оптової торгівлі;

в) торговельний агент;

г) підприємство роздрібно́ї торгівлі з повним обслуговуванням і широким асортиментом продовольчих товарів;

д) підприємство роздрібно́ї торгівлі з повним обслуговуванням і вузькоспеціалізованим асортиментом

4. Які функції виконує оптова торгівля:

а) закупівля товарів великими партіями;

б) маркетингові дослідження;

в) перевезення товарів;

г) проектування і виготовлення нової продукції;

д) продаж продукції роздрібно́ї торгівлі організаціям-споживачам

5. До якого виду підприємств можна віднести ділерів:

а) підприємство-виготовник;

б) транспортне підприємство;

в) роздрібна торгівля;

г) оптова торгівля;

д) роздрібна торгівля у поєднанні з післяпродажним обслуговуванням товару.

6. Які функції виконує торговельний агент:

а) контакти із споживачами;

б) придбання товару;

в) складування;

г) підготовка угод;

д) продаж товару.

7. Фізичний розподіл товару означає:

- а) продаж його через посередників;
- б) транспортування і зберігання;
- в) безоплатну передачу товару клієнтові;
- г) усі відповіді правильні;
- д) правильної відповіді немає.

8. Інтенсивний розподіл товару здійснюється:

- а) постачаннями в мережу спеціалізованих магазинів;
- б) через велике число торговельних точок масового призначення;
- в) шляхом постачання товару безпосередньо споживачеві;
- г) усі відповіді правильні;
- д) правильної відповіді немає.

9. Принципова відмінність оптової торгівлі від роздрібної полягає в такому:

а) покупцями оптової торгівлі не є приватні особи, що придбавають товар для наступного перепродажу;

б) покупцями оптової торгівлі не є приватні особи, що придбавають товар для особистого споживання;

- в) покупцями оптової торгівлі є тільки організації;
- г) усі відповіді правильні;
- д) правильної відповіді немає.

10. Кінцева мета просування товару:

- а) інформування покупців;
- б) розширення асортименту;
- в) комунікація із споживачем;
- г) переконання споживачів у купівлі товару;
- д) немає правильної відповіді.

ВАРІАНТ №4

1. Обґрунтуйте роль і ціль діяльності торгово-промислової палати України.
2. Обґрунтуйте, у чому принципові розходження діяльності торгових домів від роздрібної торгівлі.
3. Дайте порівняльну характеристику комівояжера й брокера.

Тести

1. Відповідно до ст.1 Закону України «Про підприємства в Україні» оптове підприємство – це:
 - а) самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу);
 - б) державний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу).
2. Оптові підприємства відрізняються одне від одного таким:
 - а) за масштабами діяльності;
 - б) за обсягом виконуваних функцій та рівнем обслуговування;
 - в) за товарною спеціалізацією;
 - г) всі відповіді правильні.
3. Оптові підприємства різних масштабів і зон діяльності становлять єдину систему оптової торгівлі на двох функціональних рівнях:
 - а) загальнодержавному (міжрегіональному). і регіональному;
 - б) регіональному і місцевому.
4. Незалежні комерційні підприємства, як правило:
 - а) здійснюють закупівлю товарів;
 - б) розподіляють великі партії на малі;
 - в) зберігають товарні запаси;
 - г) доводять товари до покупців у зоні свого розміщення;
 - д) всі відповіді правильні.

5. До оптовиків, з обмеженим циклом обслуговування належать:
- а) оптовики, які дістають право власності на товар;
 - б) оптовики – комівояжери.
6. Чи обов'язково оптовим підприємствам для здійснення своєї діяльності проходити державну реєстрацію?
- а) ні;
 - б) так.
7. До функцій із забезпечення товарного обігу в матеріально-речовій формі належать:
- а) вантажно-розвантажувальні, транспортно-експедиторські, виробничо-технологічні;
 - б) оптова закупівля, оптовий продаж, розрахунково-фінансові операції;
 - в) маркетингові дослідження, проведення виставок та ярмарок.
8. До основної операційної діяльності оптових підприємств відносять:
- а) операції з необоротними активами;
 - б) випуск акцій;
 - в) операційна оренда активів;
 - г) діяльність пов'язана з оптовою реалізацією товарів, яка є головною метою створення підприємства.
9. Підприємства-оптовики, які мають тривалі комерційні відносини із підприємствами-споживачами:
- а) пропонують їм зробити замовлення;
 - б) заздалегідь отримують від них замовлення на постачання товару потрібного асортименту.
10. Товарними запасами підприємств оптової торгівлі вважають товари:
- а) розміщені на складах підприємств, які дають їх оптовикам у користування;
 - б) зосереджені на їхніх базах і складах та призначені для подальшої реалізації покупцям – і організованим споживачам і в роздрібній мережі.

ВАРІАНТ №5

1. Обґрунтуйте, у чому принципова відмінність оптової торгівлі від роздрібної.
2. Дайте аналіз характерним рисам діяльності дистриб'юторів і дилерів, укажіть їхню відмінність.
3. Опишіть види аукціонів. Укажіть їхню відмінність.

Тести

1. Товарна біржа – це:
 - а) комерційне підприємство, функціонуюче на постійній основі, де підписуються договори щодо купівлі/продажу товарів або цінних паперів;
 - б) право купити або продати власність за установленою ціною, яка пропонується в обмін на оплату конкретної суми грошей;
 - в) документ який видають перевізникам вантажу його відправники, підтверджуючий прийняття вантажу перевезення із зобов'язанням доставити вантаж в пункт призначення і передати його отримувачу.
2. Від інших видів організованого ринку товарні біржі відрізняють певні особливості:
 - а) відкритість інформації про обсяги товарів, проданих на торгах; кількість та ціни укладених угод;
 - б) відсутність прямого державного втручання в процес біржової торгівлі;
 - в) біржова торгівля концентрується в місцях виробництва і споживання товару, тобто у великих промислових і торгових центрах з розвинутими комунікаційними мережами;
 - г) всі відповіді правильні.
3. Функціями товарної біржі є:
 - а) стандартизація якісних, кількісних та інших параметрів товарів;
 - б) стандартизація біржових контрактів;
 - в) поповнення національних та регіональних бюджетів;
 - г) всі відповіді правильні;

- д) правильної відповіді немає.
4. Види біржового товару – це:
- а) фондові;
 - б) валютні;
 - в) фрахтові;
 - г) праці;
- д). всі відповіді правильні.
5. Об'єкт біржового торгу – це:
- а) товарно-сировинні ресурси;
 - б) нерухомість;
 - в) цінні папери.
6. За організаційно-правовими формами біржі бувають:
- а) акціонерні товариства відкритого типу;
 - б) акціонерні товариства закритого типу;
 - в) товариство з обмеженою відповідальністю;
7. За широтою асортименту товарів, що реалізується на товарних біржах, виділяють:
- а) вузькоспеціалізовані;
 - б) спеціалізовані;
 - в) універсальні;
 - г) правильної відповіді немає.
8. За типом біржових угод виділяють такі види товарних бірж:
- а) сумісні;
 - б) ф'ючерсні;
 - в) опціонні;
 - г) комплексні.
9. Основними принципами діяльності товарної біржі є:
- а) відсутність рівноправності учасників біржових торгів;
 - б) їх публічне проведення;
 - в) застосування ринкових цін.

10. Товарна біржа має право на:

- а) укласти угоди з іншими біржами, мати своїх представників на біржах, у тому числі розташованих за межами України;
- б) регулювання біржових операцій;
- в) правильної відповіді немає.

ВАРІАНТ №6

1. Обґрунтуйте, яким чином митне регулювання дозволяє захистити внутрішній ринок і вітчизняного виробника.

2. Обґрунтуйте, які переваги для виробників створює оптова торгівля.

3. Обґрунтуйте склад і взаємозв'язок елементів інфраструктури товарного ринку.

Тести

1. Товарний ринок дозволяє:

- а) стежити за зміною попиту і пристосовуватися до нього;
- б) спонукати виробників до випуску нових товарів;
- в) розширювати й удосконалювати комунально-господарські зв'язки;
- г) усі відповіді правильні.

2. Функцій інфраструктури товарного ринку:

- а) сприяння суб'єктами ринку реалізації їх економічних інтересів;
- б) організаційне оформлення комунально-господарських стосунків ділових партнерів;
- в) забезпечення юридичного, фінансового, страхового, контрольного обслуговування;
- г) вивчення кон'юнктури ринку, товарів, конкурентів, посередників, споживачів;
- д) усі відповіді правильні.

3. Економічна система вирішує такі питання:

- а) що, де, для кого;

- б) коли, чому і хто ;
 - в) що, як, для кого і який темп зростання;
 - г) які причини безробіття і інфляції.
3. Що входить у поняття «чинники виробництва»?
- а) витрати виробництва і рентабельність продукції;
 - б) основні і оборотні засоби;
 - в) праця, земля, капітал;
 - г) нерухомість і грошові активи.
5. Встановіть джерела екстенсивного шляху розвитку економічної системи:
- а) винаходи і наукові розробки;
 - б) нові технології;
 - в) підвищення кваліфікації працівників;
 - г) збільшення об'єму факторів виробництва.
6. Визначте, який термін відбиває здатність і бажання людей платити за товари і послуги?
- а) потреба;
 - б) попит;
 - в) необхідність;
 - г) кредитоспроможність.
7. Власник однієї акції АТ є його:
- а) кредитором;
 - б) боржником;
 - в) співвласником;
 - г) керівником.
8. Власником облігацій конкретного підприємства є його:
- а) кредитором;
 - б) боржником;
 - в) співвласником;
 - г) керівником.
9. Що розуміється під інвестиціями в юридичному сенсі?

- а) грошові кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та ін.;
 - б) капітальні вкладення.
10. Товар – це?
- а) річ, що обмінюється на іншу річ або гроші;
 - б) річ, що не є продуктом праці, але корисне людині;
 - в) річ, що має споживчу вартість або корисність.

ВАРІАНТ №7

1. Охарактеризуйте відмінність ярмарків від ринкового продажу товарів.
2. Опишіть організацію проведення аукціонів.
3. Опишіть основні принципи митної політики.

Тести

1. Ринок – це:
 - а) сукупність актів купівлі – продажу;
 - б) взаємодія попиту і пропозиції;
 - в) усі відповіді правильні.
2. Конкуренція – це:
 - а) боротьба виробників за отримання найвищого прибутку;
 - б) рушійна сила ринку;
 - в) економічні змагання за досягнення найкращих результатів;
 - г) боротьба покупців за право купувати товари за нижчими цінами;
 - д) усі відповіді правильні.
3. Характеристиками економічного блага виступають:
 - а) здатність задовольняти потребу;
 - б) рідкість;
 - в) цінність;
 - г) усі відповіді правильні
4. Для оцінки потенціалу конкретного ринку необхідно знати такі демографічні показники, як:

- а) структура прибутків споживачів;
- б) чисельність населення регіону;
- в) тенденції зростання населення;
- г) етап життєвого циклу сім'ї;
- д) рівень утворення населення.

5. Економічними факторами, що відбивають привабливість країни як зару-
біжного ринку, є:

- а) структура промисловості країни;
- б) розподіл доходу;
- в) топографічні характеристики;
- г) міра урбанізації;
- д) непостійність валютних курсів.

6. Які організації визнаються комерційними?

- а) будь-які організації, що мають самостійний баланс або кошторис;
- б) будь-які організації, які отримують прибуток, незалежно від цілей своєї діяльності;
- в) організації, що мають за основну мету своєї діяльності одержання при-
бутку.

7. Інвестиції – це:

- а) купівля нерухомості і товарів тривалого користування;
- б) операції, пов'язані з вкладенням коштів у реалізацію проектів, які бу-
дуть забезпечувати отримання вигод протягом періоду, що перевищує один рік;
- в) придбання обладнання і машин з терміном служби до одного року;
- г) вкладення капіталу з метою подальшого його збільшення.

8. Сутність інвестицій – це:

- а) маркетинг ринку для визначення виробничої програми;
- б) вибір майданчика і визначення потужності підприємства;
- в) вкладення капіталу в модернізацію, розширення діючого виробництва
або нове будівництво;
- г) вкладення інвестицій в розширення або нове будівництво з метою

отримання прибутку і досягнення соціального ефекту.

9. Інфляція – це:

а) підвищення загального рівня цін і зниження купівельної спроможності грошей в економіці країни;

б) коефіцієнт, що визначає премію за ризик портфеля цінних паперів.

10. Акція – це:

а) цінний папір, що засвідчує участь її власника на управління акціонерним товариством;

б) цінний папір, власник якого не має права на володіння власністю компанії, але отримує щорічний відсоток;

в) право на придбання в майбутньому будь-яких активів.

ВАРІАНТ №8

1. Опишіть основні напрямки діяльності промислової палати.

2. Дайте основну класифікацію торгових домів.

3. Обґрунтуйте роль і ціль діяльності торгово-промислової палати України.

Тести

1. В ході спілкування з керівництвом економічного суб'єкта до початку перевірки обговорюються питання:

а) вартість видачі аудиторського висновку;

б) отримання аудиторських доказів;

в) можливість співпраці в майбутньому.

2. При обов'язковій аудиторській перевірці аудиторська організація повинна застрахувати:

а) свій професійний ризик;

б) ризик відповідальності за порушення договору;

в) цивільну відповідальність.

3. У загальному плані аудиту наводиться:

а) передбачуваний обсяг і порядок проведення аудиторської перевірки;

- б) набір інструкцій для аудитора;
- в) висновок, що служить основою для підготовки аудиторського висновку.

4. Основні етапи проведення аудиту:

- а) підготовчий етап, планування, виконання аудиторських процедур, оформлення результатів;
- б) планування, отримання доказів, документування, узагальнення висновків;
- в) планування, збір даних, завершення аудиту.

5. Аудитор розглядає суттєвість:

- а) як на рівні фінансової (бухгалтерської). звітності в цілому, так і щодо залишку коштів за окремими рахунками бухгалтерського обліку груп однотипних операцій;
- б) на рівні фінансової (бухгалтерської) звітності в цілому;
- в) щодо залишку коштів за окремими рахунками бухгалтерського обліку груп однотипних операцій і випадків розкриття інформації.

6. Між рівнем суттєвості і аудиторським ризиком існує залежність:

- а) пряма;
- б) зворотна;
- в) не існує.

7. Який показник з перелічених нижче не використовується для визначення рівня суттєвості:

- а) валюта балансу;
- б) власний капітал;
- в) середньооблікова чисельність.

8. Форма, зміст та порядок надання аудиторського висновку визначаються:

- а) договором між організаціями, що перевіряються та аудиторською організацією;
- б) рекомендаціями керівника або Ради директорів, аудиту;
- в) правилами (стандартами) аудиторської діяльності.

9. Вкажіть, який з реквізитів повинен відображатися у вступній частині аудиторського висновку:

- а) номер, дата видачі та термін дії ліцензії;
- б) виявлені суттєві відхилення;
- в) думки щодо достовірності звітності.

10. Причина відмови від видачі аудиторського висновку може бути такою:

- а) клієнт зажадав скласти аудиторський висновок тільки по балансу підприємства;
- б) підприємство клієнта має кілька дочірніх підприємств, аудит яких виконували інші аудитори;
- в) аудитору до моменту надання аудиторського висновку не були надані всі документи, необхідні для складання аудиторського висновку.

ВАРІАНТ №9

1. Дайте аналіз характерним рисам діяльності дистриб'юторів і дилерів, укажіть їхню відмінність.

2. Дайте порівняльну характеристику комівояжера й брокера.

3. Обґрунтуйте склад і взаємозв'язок елементів інфраструктури товарного ринку.

Тести

1. Аудиторський висновок, що підтверджує достовірність бухгалтерської звітності, повинен бути включений до складу річної бухгалтерської звітності:

- а) будь-якої юридичної особи;
- б) якщо ця звітність підлягає обов'язковому аудиту відповідно до законів України;

в) якщо ця звітність підлягає обов'язковому аудиту відповідно до постанов уряду України.

2. Аудитор не має права:

- а) передавати третім особам отримані ним у процесі аудиту відомості;

- б) залишати в себе після проведення перевірки копію аудиторського звіту;
 - в) проводити консультування клієнта в усній формі.
3. Аудитор зобов'язаний підписати аудиторський висновок:
- а) не раніше дати затвердження фінансової (бухгалтерської) звітності управлінський персонал;
 - б) не пізніше проведення річних зборів акціонерів;
 - в) не раніше дати подання річної бухгалтерської звітності.
4. Аудиторський висновок про бухгалтерську звітність за складом:
- а) має містити обов'язкові елементи, визначені правилом (стандартом);
 - б) може носити довільний характер;
 - в) має складатися з трьох частин: вступної, аналітичної та підсумкової.
5. Чи є обов'язком аудитора оцінка подій в діяльності особи, яку аудіюють, що відбувається після підписання його бухгалтерської звітності:
- а) так, до дати підписання аудиторського висновку;
 - б) так;
 - в) ні.
6. Страховими агентами можуть бути:
- а) деякі фізичні і юридичні особи;
 - б) тільки фізичні особи;
 - в) тільки юридичні особи;
 - г) тільки громадяни України.
7. Страховими брокерами можуть бути:
- а) юридичні особи і громадяни України, зареєстровані як підприємці;
 - б) будь-які фізичні і юридичні особи;
 - в) тільки юридичні особи;
 - г) тільки комерційні організації.
8. Страховий тариф – це:
- а) встановлений законом розмір страхового внеску по обов'язковому страхуванню;
 - б) ставка страхової премії з одиниці страхової суми з урахуванням об'єкта

страхування і характеру страхового ризику;

- в) встановлений договором розмір страхового платежу;
- г) відношення страхової премії до страхової вартості.

9. Контроль платоспроможності страхових організацій на території

України відноситься до компетенції:

- а) податкових органів;
- б) керівництва страхової компанії;
- в) органу страхового нагляду;
- г) національного банку.

10. Страхові організації надають звітність в орган страхового нагляду:

- а) на його вимогу;
- б) в добровільному порядку;
- в) в обов'язковому порядку;
- г) обов'язково або добровільно – залежно від видів страхування, що про-

водяться.

ВАРІАНТ №10

1. Обґрунтуйте, які переваги для виробників створює оптова торгівля.

2. Основні функції ІТР.

3. Обґрунтуйте, яким чином митне регулювання дозволяє захистити внутрішній ринок і вітчизняного виробника.

Тести

1. За абсолютну величину запасу приймають:

- а) його кількість у натуральному вираженні;
- б) його кількість у вартісному вираженні;
- в) всі відповіді правильні.

2. За відносну величину запасу приймають:

а) кількість днів, упродовж яких наявний запас забезпечує безперебійну реалізацію товарів покупцям;

- б) кількість товарних упаковок, які перебувають на складі.
- 3. Поточну частину товарного запасу створюють з метою:
 - а) забезпечення покупців продукцією на той час, коли вони мають отримати замовлення;
 - б) забезпечення покупців товарами в період між черговими надходженнями продукції на базу.
- 4. Страхову частину товарного запасу передбачають на випадок:
 - а) непередбачуваного зростання попиту на товари;
 - б) можливих відхилень періодичності та величини партій закупівлі від прогнозованих;
 - в) всі відповіді правильні.
- 5. Для управління товарними запасами потрібно, крім оптимальної партії замовлення, встановлювати:
 - а) максимальний рівень замовлення для кожної товарної позиції;
 - б) мінімальний рівень замовлення для кожної товарної позиції;
 - в) всі відповіді правильні.
- 6. Максимальний обсяг замовлення – це:
 - а) максимальна кількість товару, яку включають у замовлення конкретному оптовику;
 - б) максимальна кількість товарів, яку включають у замовлення на поставку продукції конкретному постачальнику.
- 7. Технологічний процес на складах передбачає операції:
 - а) з розвантаження транспорту з товаром;
 - б) з приймання його за кількістю та якістю;
 - в) з організації збереження, підсорткування, розподілу, підготовки до виробничого споживання чи реалізації;
 - г) пакування;
 - д) всі відповіді правильні.
- 8. Від організації технологічного процесу залежить:
 - а) величина витрат обігу;

- б) загальна тривалість товароруку від виробників до споживачів товарів;
 - в) всі відповіді правильні.
9. Для забезпечення безперебійного та якісного обслуговування покупців слід здійснювати:
- а) закупівлю товарів у певні строки;
 - б) закупівлю товарів у визначеному обсязі, асортименті та якості;
 - в) закупівлю у постачальників, які знаходяться найближче.
10. Оптову закупівлю можна здійснювати безпосередньо у таких організацій:
- а) підприємств-товаровиробників;
 - б) оптово-торговельних підприємств;
 - в) через оптових посередників: товарні біржі, аукціони;
 - г) всі відповіді правильні.

5 ТЕМИ РЕФЕРАТІВ З ДИСЦИПЛІНИ «ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»

1. Інфраструктурний комплекс товарного ринку.
2. Інфраструктурний комплекс ринку послуг.
3. Підприємства оптової торгівлі.
4. Підприємства роздрібної торгівлі.
5. Посередницькі структури.
6. Сутність, класифікація бірж.
7. Товарні біржі.
8. Фондові біржі.
9. Торгові дома.
10. Ярмарки.
11. Виставки.
12. Аукціони.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Белявцев М. І. Інфраструктура товарного ринку / М. І. Белявцев, Л. В. Шестопалова. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 416 с.
2. Мнушко З. М. Інфраструктура товарного ринка : Учеб.пособие / З. М. Мнушко, Л. П. Дорохова, Н. Н. Слободянюк. – Харків: Изд-во НФаУ: Золотые страницы, 2006. – 168 с.
3. Інфраструктура товарного ринку : методичні рекомендації до виконання контрольної роботи для студентів заочної форми навчання напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» / уклад. Мнушко З. М., Дорохова Л. П. – Харків : Вид-во НФаУ, 2011. – 32 с.
4. Усов М. А. Товар як продукт який відповідає вимогам ринку / М. А. Усов, Г. І. Власова, В. П. Філіпов // Вісник НТУ «ХП». – 2010. № 58. – С. 93–95.
5. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. / Прокопенко О. В., Школа В. Ю., Дегтяренко О.О., Махнула С. М. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.
6. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посіб. / А. С. Савощенко – Київ : КНЕУ, 2005. – 336 с.
7. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: Навч.-метод. посіб. / А. С. Савощенко, В. М. Полонець. – Київ : КНЕУ, 2007. — 376 с.
8. Гаврись О. М. Структура та динаміка торговельного балансу України / О. М. Гаврись, О. О. Гаврись, П. О. Гаврись // Вісник НТУ «ХП». – 2018. – № 48 (1324). – С. 27–31.
9. Брунець Б. Р. Сутність означення поняття інфраструктура / Б. Р. Брунець // Науковий вісник НЛТУ. – 2012. – № 22.5. – С. 372–377.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1 Навчальна програма дисципліни «Інфраструктура товарного ринку».....	5
2 Вимоги до виконання контрольної роботи.....	8
3 Критерії оцінювання контрольної роботи.....	9
4 Теоретичні питання та тести до контрольної роботи з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку».....	11
5 Теми рефератів з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку».....	32
Список джерел інформації.....	33

Навчальне видання

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ З
ДИСЦИПЛІНИ
«ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»**
для студентів центру заочного навчання спеціальності 075 — «Маркетинг»

Укладачі: УСОВ Максим Анатолійович
ГАВРИСЬ Ольга Олександрівна

Відповідальний за випуск проф. Сисоєв В. В.

Роботу до видання рекомендував проф. Погорєлов М. І.

Редактор М. П. Єфремова

План 2019, поз. 184

Самостійне електронне видання
